



# PRINCIPAIS AÇÕES

# RIO GRANDE DO NORTE

2023 e 2024



# Ficha Técnica



**Presidente da República**  
Luiz Inácio Lula da Silva

**Diretor-Presidente da Embratur**  
Marcelo Ribeiro Freixo

**Gerência de Gestão do Gabinete**  
Bruno Villa de Santana

**Gerência de Comunicação (GCOM)**  
Rafael Mello Rodrigues

**Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)**  
Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

**Gerência de Gestão do Gabinete**  
Roseane Costa Pereira da Silva

**Diretoria de Marketing Internacional,  
Negócios e Sustentabilidade (DMINS)**  
Bruno Reis

**Gerência de Gestão do Gabinete**  
Sáskia Freire Lima de Castro

**Coordenação de Gestão Estratégica**  
Carolina Elías Stolf

## EQUIPE TÉCNICA DA EMBRATUR

**Revisão Técnica**  
Ângela Braga  
Lídice Calixto Moraes  
Yure Lobo

**Design Gráfico**  
Natália Bomfim  
Ronald Andrade  
Maria Eduarda Lopes

**Gerência de Inteligência de Dados e  
Competitividade (GIDC)**  
Fábio Montanheiro

**Gerência de Negócios e Estratégias  
para o Mercado Internacional (GNEI)**  
Alexandre Nakagawa

**Gerência de Eventos Internacionais  
(GEI)**  
Simone Scorsato

**Gerência de Integração de Projetos  
(GIP)**  
Adriana de Lucena Francisco

**Gerência de Comunicação Internacional  
e Gestão de Marca (GCIGM)**  
Patrick Leal Costa

**Gerência de Projetos Estruturantes  
(GRPE)**  
Ana Paula Caetano Jacques

**Inteligência de Dados**  
Cristiano Borges  
Daniele Montenegro  
Edson Duarte  
Paula Schulz  
Scarlett Queen Bispo  
Theogenes Rocha





# APRESENTAÇÃO

1



## Apresentação

A **Embratur** tem como missão promover a imagem do Brasil no mercado internacional, fomentar negócios e posicionar o destino turístico de maneira competitiva, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país.

Para isso, tem desenvolvido diversas parcerias com atores estratégicos como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (**Sebrae**), Entidades de Classe e os Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades da Federação, dentre outros parceiros relevantes no cenário turístico nacional e internacional.

Por meio destas parcerias, a Embratur tem implementado programas e ações que visam ampliar a promoção e a comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros e, conseqüentemente, elevando a competitividade internacional do setor, contribuindo de forma significativa para o desenvolvimento econômico e sustentável do Brasil.

Neste documento, são apresentadas algumas das principais ações realizadas pela Embratur e seus parceiros estratégicos, em 2023 e 2024, no Estado do Rio Grande do Norte, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.



# RIO GRANDE DO NORTE

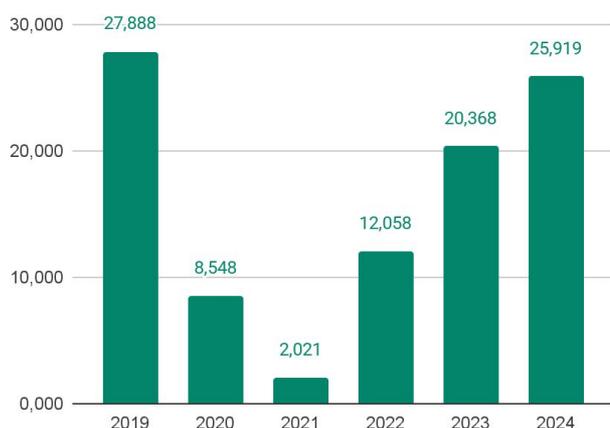
EM NÚMEROS

# 2

# RN em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Rio Grande do Norte 25.919 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 20.368 em 2023 e 25.919 em 2024, representando um aumento de 27,25%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Rio Grande do Norte em seus roteiros.

## Entradas de turistas estrangeiros por RN



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o RN\*

\*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas: TAP e Gol.

Países de origem: Portugal e Argentina.

Cidades de origem: Lisboa, e Buenos Aires.

Quantidade de voos: 214

Assentos disponíveis: 36.780.

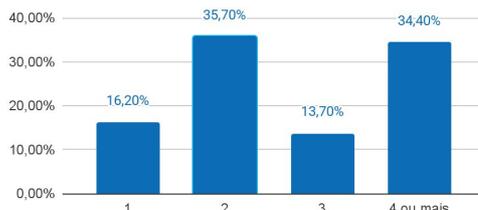
Participação do RN na oferta de voos para o Brasil: 0,58%

Fonte: Anac e Embratur

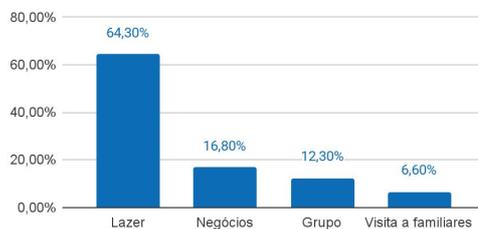


ForwardKeys

## Tamanho do grupo em pessoas (%)



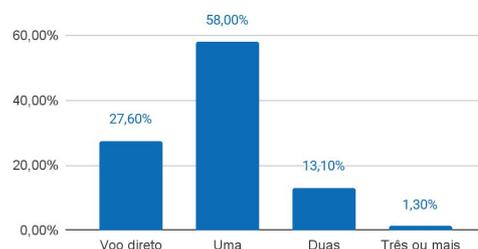
## Motivo da viagem (%)



## Meio de compra da viagem (%)



## Quantidade de conexões até o RN (%)



Principais portões de entrada

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Rio Grande do Norte recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Portugal, Uruguai, Chile e Estados Unidos no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (72,5%), Rio de Janeiro (17,1%), Brasília (2,6%), Florianópolis (2,5%) e Fortaleza (1,7%) como portões de entrada, além do Aeroporto de Natal.

# AÇÕES DE APOIO À COMERCIALIZAÇÃO INTERNACIONAL

# 3



### 3. Ações de Apoio à Comercialização Internacional

Referem-se às iniciativas estratégicas focadas na facilitação e apoio à comercialização de produtos turísticos brasileiros nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações incluem uma variedade de atividades, com o objetivo de criar vínculos, desenvolver relações comerciais e fortalecer a rede de distribuição, junto aos mercados internacionais, e, desta forma, incrementar as vendas e o fluxo de turistas internacionais para o Brasil.

#### 3.1. Press Trip

Esta ação consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para jornalistas, influenciadores digitais, comunicadores e formadores de opinião, com objetivo de promover o destino Brasil por meio da experimentação. O objetivo é proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa ser posteriormente compartilhada com o público através de artigos, posts em redes sociais, vídeos e reportagens.

##### 3.1.1. Press Trip Rio Grande do Norte - 2023

**Destinos contemplados:** Natal, Caicó e Tibau do Sul.

**Mercado ativado:** França.

**Segmentos:** Turismo Cultural, Ecoturismo, Turismo de Natureza.

**Principais resultados:** Famtour realizado no período de 22 a 30 de julho de 2023, com 5 jornalistas franceses.

##### 3.1.2. Press Trip Brasília, Tibau do Sul e Natal - 2024

**Destinos contemplados:** Tibau do Sul e Natal.

**Mercados ativados:** Argentina e Chile.

**Segmentos:** Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Sol e Praia.

**Principais resultados:** Está press trip contou com a participação de 5 participantes, sendo 2 jornalistas da Argentina e 3 jornalistas do Chile.



## 3.2. Roadshow

Esta ação consiste em uma série de eventos realizados em cidades de diversos países, onde representantes dos destinos turísticos brasileiros se reúnem com operadores de turismo, agências de viagens e outros profissionais do setor, além do público final. O objetivo é fomentar a competitividade e promover a comercialização dos destinos turísticos brasileiros, além de contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no mercado global, gerar novos negócios e impulsionar a economia local através do turismo.

### 3.2.1 . Road Show Visit Brasil América Latina - 2024

**Destinos contemplados:** Estado do Rio Grande do Norte.

**Mercados ativados:** Uruguai, Argentina, Chile, Peru, e Colômbia.

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Natureza, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Turismo Gastronômico, Turismo de Luxo e Bem-estar (resorts).

**Principais resultados:** os roadshows resultaram em 438 profissionais do setor turístico internacional impactados presencialmente, ampliando o conhecimento sobre produtos, destinos e serviços do turismo brasileiro.



## 3.3. Galeria Visit Brasil

Esta ação consiste em uma estratégia de roadshows, em formato de galeria de arte e por meio de uma experiência imersiva, focada na promoção, marketing e exportação de serviços turísticos para agentes do mercado (B2B), público final (B2C) e imprensa. O objetivo é contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no exterior, destacando o país como uma nação diversa e sustentável. A iniciativa visa fomentar a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos brasileiros.

### 3.3.1 Galeria Visit Brasil Londres- 2023

Esta ação consiste em uma série de eventos realizados em cidades de diversos países, onde representantes dos destinos turísticos brasileiros se reúnem com operadores de turismo, agências de viagens e outros profissionais do setor, além do público final. O objetivo é fomentar a competitividade e promover a comercialização dos destinos turísticos brasileiros, além de contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no mercado global, gerar novos negócios e impulsionar a economia local através do turismo.

**Destino contemplado:** Estado do Rio Grande do Norte.

**Mercado ativado:** Reino Unido.

**Segmentos:** Turismo Cultural. Turismo de Sol e Praia.

**Principais resultados:** Galeria executada no período de 3 a 4 de novembro de 2023, na cidade de Londres, com a participação de 319 visitantes. Foi promovida uma experiência com degustação e mostra viva rendeira pelo Estado do Rio Grande do Norte.



**EXPERIÊNCIA  
RIO GRANDE DO NORTE**

**Degustação + Mostra Viva Rendeira,** promovendo o estado do Rio Grande do Norte como destino turístico em âmbito internacional, divulgando as potencialidades e a cultura da região.

### 3.4. Feiras Internacionais

Esta ação consiste na capacitação de coexpositores selecionados e indicados para promoverem a diversidade cultural e natural do país, atraindo turistas, operadores, agentes de viagem e investidores internacionais. Inclui ainda montagem e operacionalização do estande do Brasil em feiras internacionais, como forma de fortalecer as relações comerciais e expandir as oportunidades de negócios no setor turístico brasileiro, nos mercados estratégicos na Europa, América do Norte e América Latina.

Feiras em que houve destaque dos produtos do Rio Grande do Norte:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FITUR Madri	2023	Espanha	Estado do Rio Grande do Norte
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado do Rio Grande do Norte
FIEXPO Latin America	2023	Panamá	Estado do Rio Grande do Norte
TTG Travel Experience	2023	Itália	Estado do Rio Grande do Norte
WTM London	2023	Reino Unido	Estado do Rio Grande do Norte
FITUR Madri	2024	Espanha	Estado do Rio Grande do Norte
ITB Berlim	2024	Alemanha	Estado do Rio Grande do Norte
WTM London	2024	Reino Unido	Estado do Rio Grande do Norte



**OUTRAS AÇÕES  
REALIZADAS:**

**4**

## 4. Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

Referem-se às iniciativas focadas em aumentar a notoriedade e atratividade dos destinos e produtos turísticos brasileiro nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações são essenciais para posicionar o destino no cenário global e atrair turistas de diferentes regiões. O objetivo é aumentar a visibilidade do destino Brasil, fortalecer a sua imagem como um país autêntico, diverso e sustentável, no mercado internacional e, assim, atrair um maior número de visitantes.

### 4.1. Campanhas Promocionais Segmentadas

Esta ação consiste na promoção internacional da imagem do Brasil, em mercados internacionais estratégicos, visando incrementar a entrada de visitantes internacionais, contribuindo para potencializar o ingresso de divisas e aumentar a relevância do turismo internacional na geração de empregos e renda.

#### 4.1.1. Campanha Promocional Latinos - 2023

Campanha promocional do turismo brasileiro para o mercado latino em canais on e offline, realizada entre outubro e novembro de 2023. A campanha publicitária e de marketing digital, denominada “Disfruta un Brasil Espectacular”, portanto, teve o intuito de mostrar para o público latino-americano um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano, com praias deslumbrantes, natureza exuberante e paisagens únicas, além da cultura rica, do povo acolhedor e da gastronomia extraordinária.

**Destino contemplado:** Tibau do Sul (Pipa).

**Mercados ativados:** Argentina, Chile, Paraguai, Colômbia, Peru e México.

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais - Meta, TikTok e LinkedIn; Inovadores Digitais - Google e YouTube; Online Travel Agencies<sup>3</sup> - Despegar, All Seasons e Mega Travel, Publicidade programática - GDB e Teads; TV Conectada - Showheroes; Companhias Aéreas - Jetsmart e Sky.

**Principais resultados:** Foram geradas 71.019.771 de impressões; 438.179 cliques, com uma taxa de cliques (CTR) de 0,54%.



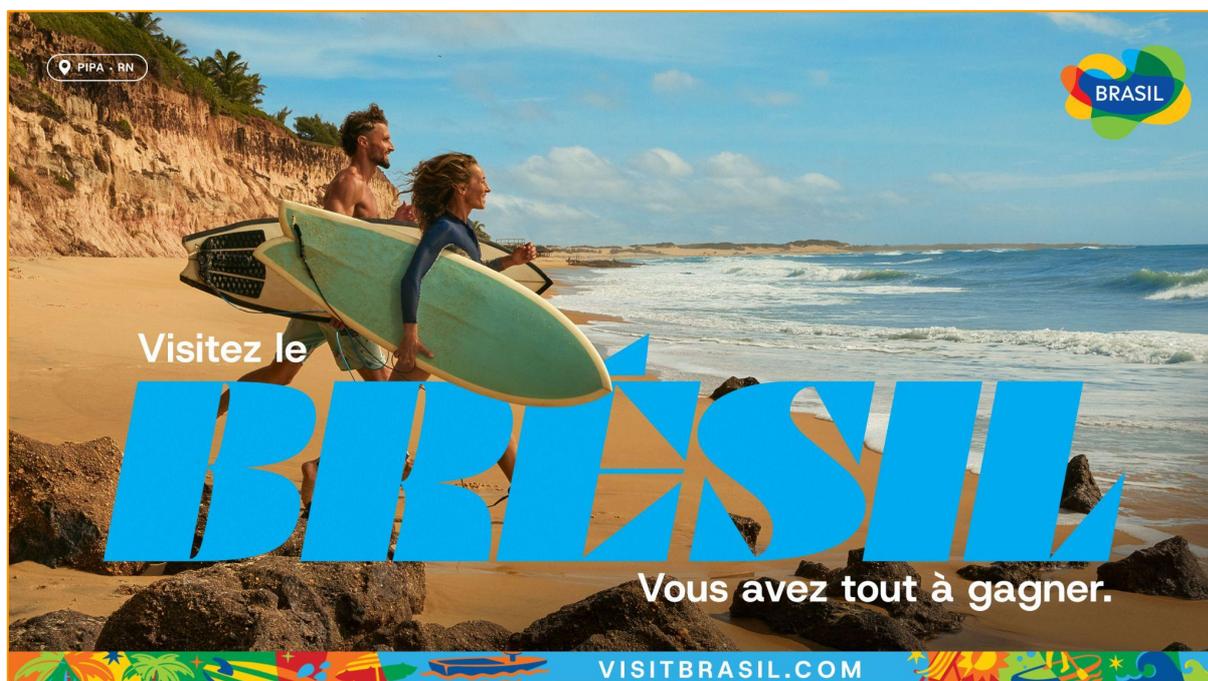
### 4.1.3. Campanha Promocional Europa - 2024

Campanha promocional dos destinos turísticos brasileiros, veiculada na Europa em meios on e offline, lançada dia 27 de julho de 2024, na Casa Brasil, durante os Jogos Olímpicos de 2024. Pretendeu-se destacar a diversidade natural do Brasil, além do foco esportivo, atraindo os turistas europeus para vivenciarem experiências únicas, valorizando as belezas naturais e culturais, além de destacar seu compromisso com a conservação ambiental e o desenvolvimento sustentável. A campanha associava cada localidade com um modalidade esportiva praticada na olimpíada.

**Destinos contemplados:** Tibau do Sul (Pipa).

**Mercados ativados:** França, Reino Unido, Alemanha, Portugal, Espanha e Itália.

**Segmentos:** Turismo Esportivo, Turismo de Natureza e Turismo Cultural.



## 4.2. Ações Promocionais Digitais

Esta ação consiste no desenvolvimento de estratégias de mídia digital tendo o Visit Brasil como anunciante e seus canais digitais como destino, utilizando anúncios pagos em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok e Pinterest, focadas nos mercados internacionais estratégicos.

### 4.2.1. Campanha Always On - 2024

**Destino contemplado:** Pipa.

**Mercados ativados:** Estados Unidos, Argentina, Paraguai e Chile.

**Segmentos:** Turismo de Natureza, Turismo de Sol e Praia; Turismo Esportivo, Turismo Cultural; Turismo Gastronômico.

**Principais resultados:** Aumento em 274% de visitas ao site do Visit Brasil. Público alcançado: 1.791.296. Visualizações nos vídeos do Visit Brasil: 2.829.976.



## Disfrutá de un Brasil Espectacular



Visit Brasil  
34.2K subscribers

Subscribe



5



Share





**OUTRAS AÇÕES  
REALIZADAS:**

**5**

## 5. Outras Ações

### 5.1. Workshop de Capacitação Nacional

Esta ação consiste na capacitação e preparação do mercado nacional para melhoria da competitividade internacional, por meio de workshops realizados nas Unidades da Federação, com conteúdos relacionados ao comportamento dos viajantes, inteligência de mercado, tendências em viagem e mercados estratégicos, entre outros temas.

#### 5.1.1 Workshop “Conexão Embratur - Guia para a Competitividade e Promoção Internacional do Turismo” (2024)

Workshop de capacitação nacional, realizado em Tibau do Sul, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

**Destino contemplado:** Tibau do Sul.

**Número de participantes:** 26 participantes.



### 5.2. Banco de Imagens

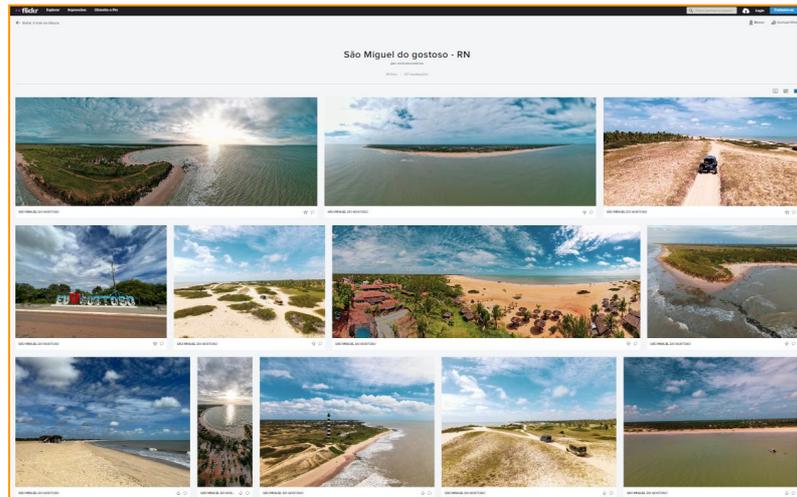
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais diversas.

#### 5.2.1. Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023:

Cessão de uso de 20 fotos tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas.

**Destinos contemplados:** Natal, Tibau do sul (Pipa), São Miguel do Gostoso, Galinhos, Natal.

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico.



### 5.3. Relatórios e Estudos

Esta ação consiste na elaboração de relatórios e estudos de inteligência, que são documentos analíticos e investigativos elaborados para a tomada de decisões estratégicas, uma vez que oferecem uma análise aprofundada de dados e tendências, bem como previsões sobre cenários futuros.

#### 5.3.1 Relatório de Mercados Estratégicos: Jornada do Turista Internacional

**2023:** Jornada do Turista Internacional (Capítulo Rio Grande do Norte).

**2024:** Relatório de Segmento Tibau do Sul/RN.

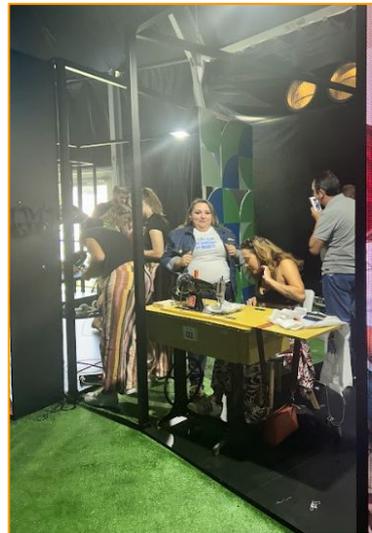
### 5.4. Casa Brasil

Esta ação foi desenvolvida para promover a diversidade cultural e natural do Brasil durante os Jogos Olímpicos de Paris 2024, utilizando o esporte como plataforma, em conjunto com a música, gastronomia e arte. O espaço destacou valores como autenticidade, sustentabilidade, diversidade e inovação, funcionando como um ponto de encontro estratégico para atletas, imprensa e empresas. Além disso, reforçou o compromisso do Brasil com práticas socioambientais inovadoras, consolidando a imagem do país como um destino autêntico, diversificado e sustentável.

**Destinos contemplados:** Timbaúba dos Batistas e Tibau do Sul (Pipa).

**Segmentos:** Turismo Cultural, Turismo de Sol e Praia e Turismo Gastronômico.

**Participação:** o Rio Grande do Norte utilizou a Casa Brasil para promover o turismo de sol e praia, além de mostrar seu potencial para o turismo cultural, esportivo e de aventura, com especial destaque para a prática do Kitesurf. A ação foi fundamental para atrair novos turistas e investimentos para o estado. O Estado junto ao Município de Timbaúba dos Batistas levaram duas bordadeiras para tecer jaquetas e bastidores ao vivo.



## 5.5. Patrocínios

As ações de patrocínio da Embratur visam fortalecer a presença internacional do Brasil como destino turístico de excelência, promovendo a imagem do país em eventos estratégicos e ampliando a visibilidade das riquezas culturais e naturais brasileiras. Essas iniciativas buscam atrair um público diversificado, composto por turistas, investidores, influenciadores e formadores de opinião, contribuindo para o aumento da competitividade turística do Brasil no cenário global.

### 5.5.1 Visit Brasil Argentina

Patrocínio para desenvolvimento e criação de uma página virtual ([www.descubrabil.com.ar](http://www.descubrabil.com.ar)), com foco na venda de pacotes turísticos a diversos destinos no Brasil, oferecidos por empresas integrantes do Comitê Visite Brasil na Argentina às redes de agências e consumidores finais, além de divulgação em redes sociais.

**Destinos contemplados:** Natal e Tibau do Sul (Pipa).

**Mercado ativado:** Argentina.

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia, Turismo Gastronômico, Turismo Cultural, Ecoturismo, Turismo de Natureza.

